

ного призначення, як правило, одержують спеціальну знижку. З тактичної точки зору встановлення високої базисної ціни і використання знижок при впровадженні товару має дві переваги. По-перше, висока базисна ціна — це свідчення високої якості товару. В протилежному випадку деякі покупці можуть засумніватися в його якості. По-друге, припинення дії знижок для перших покупців буде зустрінене з меншим невдоволенням, ніж підвищення ціни.

В. В. Писаренко

Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ І-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

І-маркетинг — система заходів по просуванню та збуту на ринку товарів, послуг, торгових марок та інше за допомогою Інтернету. І-маркетинг не є самостійною частиною маркетингу, а лише одним з можливих джерел розповсюдження інформації, як друковані засоби, радіо, телебачення. Таким чином, і-маркетинг стає невід'ємною частиною маркетингової політики просування підприємства. Найбільш розповсюдженими інструментами і-маркетингу є велика кількість технологій по просуванню товарів та послуг. В узагальненому вигляді їх можна представити у наведеній класифікації: WWW — баннери; дошки об'яв; реєстрація у пошукових системах, каталогах; SP — заходи (лотереї, вікторини); прихована реклама у публікаціях в Інтернет-виданнях. Інші комунікаційні заходи — розсилки (оновлення, новини сайту, тематичні); групи новин, конференції. Самодіяльні програми — інформаційні канали; клік — клуби.

І-маркетинг має свої переваги та недоліки в умовах України.

Переваги — доступність великим і малим підприємствам; необмежений рекламний простір; швидкий доступ та пошук необхідної інформації; доступні у будь-який час і місці.

Недоліки — обмеженість Інтернет-аудиторії (в Україні 1,5—2,5 % населення); перенасиченість інформацією, складність пошуку; недостатня кількість спеціалістів у галузі і-маркетингу.

Слід підкреслити, що: по-перше, перелічені недоліки використання і-маркетингу в Україні мають тимчасовий характер; по-друге, темпи розвитку Інтернету у всьому світі, а також в Україні, прискорюються. Виходячи з цього, у ближньому майбутньому застосування і-маркетингу стане необхідністю.